

# **Финансовые и операционные итоги ОАО «ВымпелКом»**

**2 квартал 2009 года**



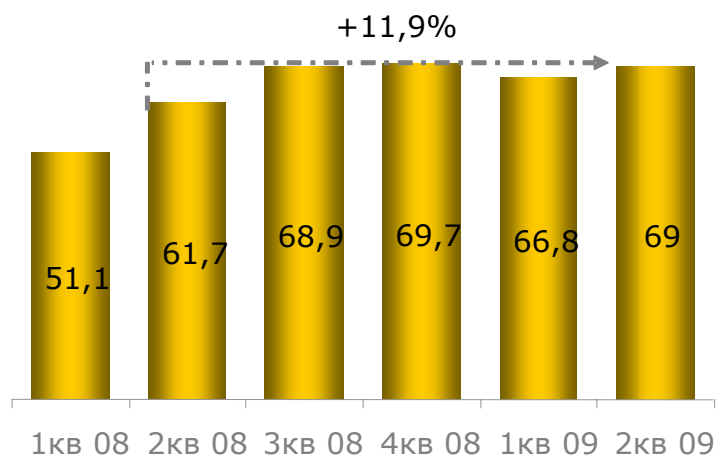
# Кратко об итогах

- Рост выручки в рублях на 11,9% по сравнению со 2 кварталом 2008 года и на 3,3% по сравнению с 1 кварталом 2009 года подтверждает устойчивость нашего основного бизнеса
- Концентрация усилий менеджмента на достижении высоких операционных показателей позволила обеспечить рост OIBDA на 21% по сравнению с 2 кварталом 2008 года и увеличить показатель консолидированной фиксированной и мобильной маржи OIBDA до 50,6%
- Мощный денежный поток и взвешенный подход к использованию оборотного капитала позволили достичь объема операционного денежного потока 858 млн. долл.
- Начало коммерческих операций в Камбодже и Вьетнаме значительно расширило географию нашего присутствия

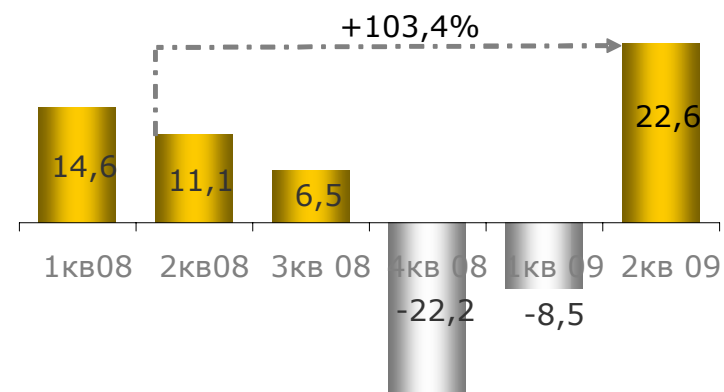


# Консолидированные финансовые показатели

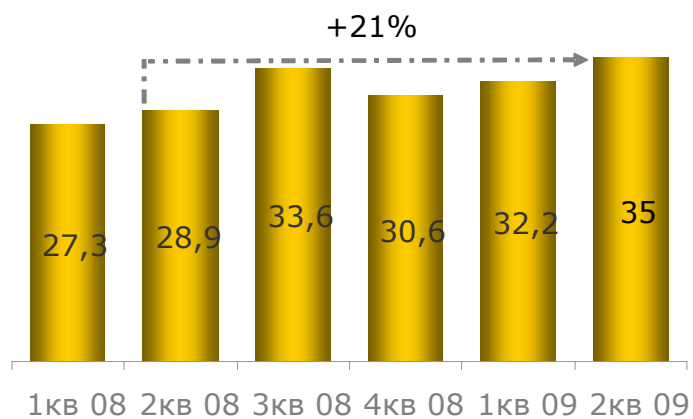
Выручка\*, млрд. руб.



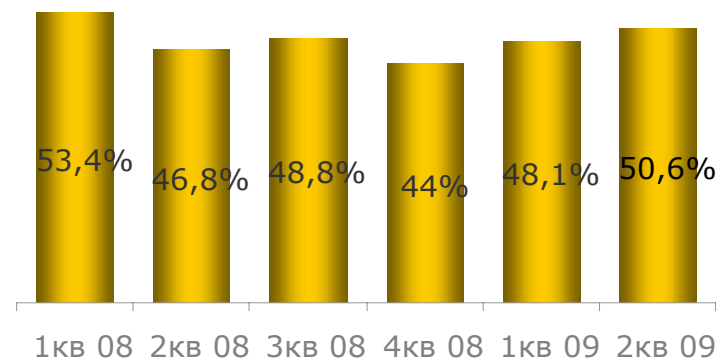
Чистая прибыль (убыток), млрд. руб.



OIBDA, млрд. руб.



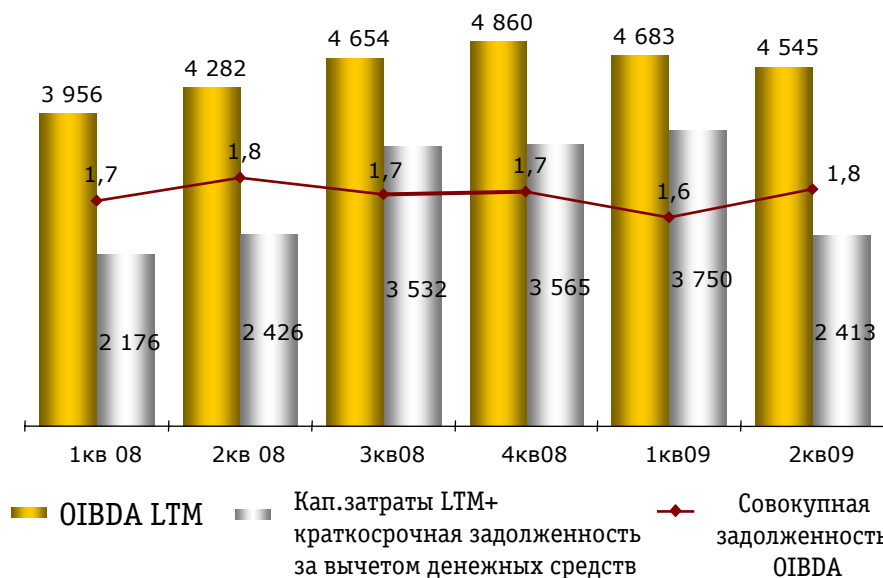
Маржа OIBDA, %



\*Здесь и далее – чистая операционная выручка

# Финансовая позиция

Ликвидность, млн.долл.



- \* Показатель OIBDA LTM складывается из значения операционной прибыли LTM и значения износа, амортизации и убытка в результате обесценивания гудвилла LTM. LTM понимается как «последние 12 месяцев» («last twelve months») на день предоставления отчетности.

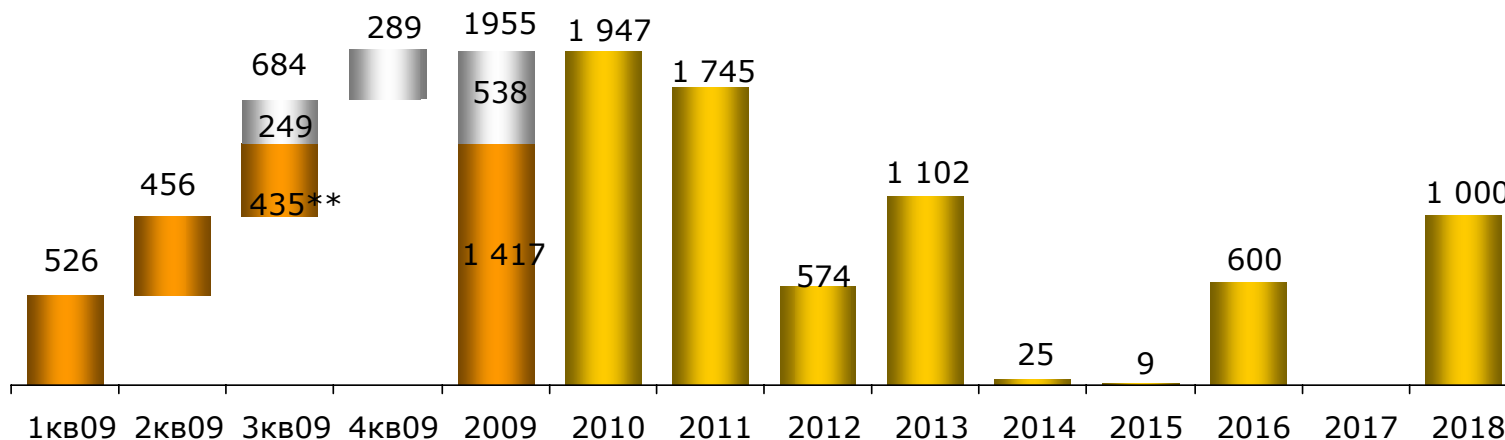
Ключевые показатели и индикаторы

	30 июня 2009	31 дек 2008	31 дек 2007
Денежные средства и их эквиваленты (млн. руб.)	51 605	26 873	24 637
<b>Совокупные активы (млн.руб.)</b>	<b>460 879</b>	<b>461 982</b>	<b>259 426</b>
<b>Совокупная заложность (млн.руб.)</b>	<b>249 525</b>	<b>248 056</b>	<b>67 910</b>
-Краткосрочная (млн.руб.)	70 157	56 093	12 924
-Долгосрочная (млн.руб.)	179 368	191 963	54 986
<b>Акционерный капитал (млн.руб.)</b>	<b>141 997</b>	<b>135 410</b>	<b>139 918</b>
<b>Чистый долг (млн.руб.)</b>	<b>197 920</b>	<b>221 183</b>	<b>43 273</b>

	OIBDA LTM*	4 545	4 860	3 597
- Износ, амортизация и убыток в результате обесценивания гудвилла, LTM		2 189	2 324	1 391
- Операционная прибыль, LTM		2 356	2 536	2 206
- Расход по процентам, LTM		572	496	195
Задолженность/Акционерный капитал		1,8	1,8	0,5
Задолженность/OIBDA LTM		1,8	1,7	0,8
OIBDA/Расход по процентам		7,9	9,8	18,4
Задолженность/Активы		0,54	0,54	0,26
<b>Совокупная задолженность (млн.долл.)</b>	<b>7 974</b>	<b>8 443</b>	<b>2 767</b>	
<b>Чистый долг</b>	<b>6 325</b>	<b>7 528</b>	<b>1 763</b>	

# Структура долга на 30 июня 2009 года\*

## Сроки погашения задолженности (млн. долл.)



## Структура задолженности



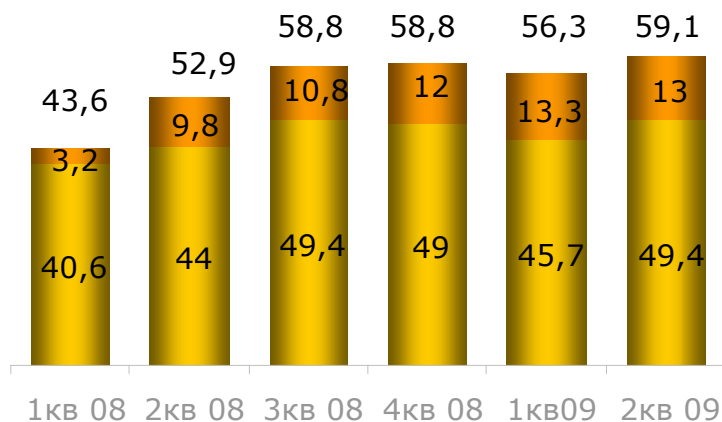
- \* Показатели за 2 квартал 2009 г. рассчитаны по фактическому курсу. Остальные – по курсу на 30 июня 2009 года.
- \*\* 435 млн.долл. выплачено по состоянию на 27 августа 2009 года

# Россия

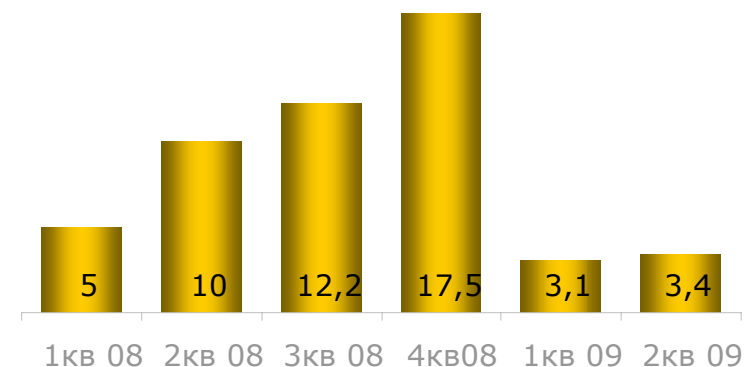


# Основные консолидированные показатели бизнеса в России

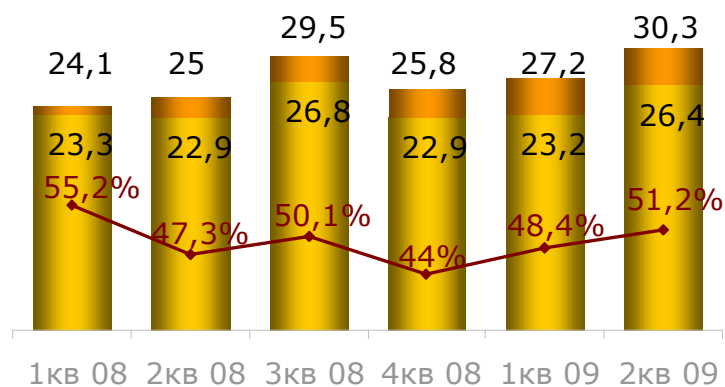
Выручка\*, млрд. руб.



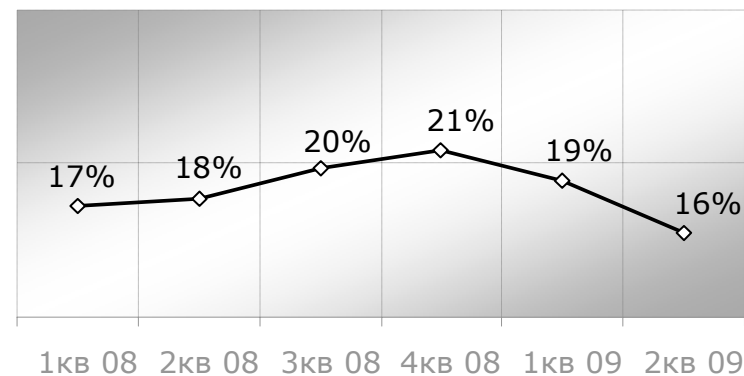
Капитальные затраты, млрд. руб.



OIBDA (млрд. руб.) и маржа OIBDA



Капзатраты/Выручка LTM

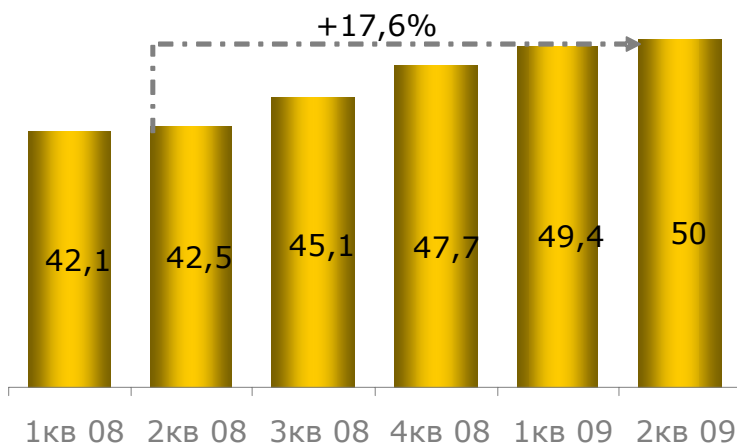


Сот. сегмент
  Фикс. сегмент
  Маржа OIBDA

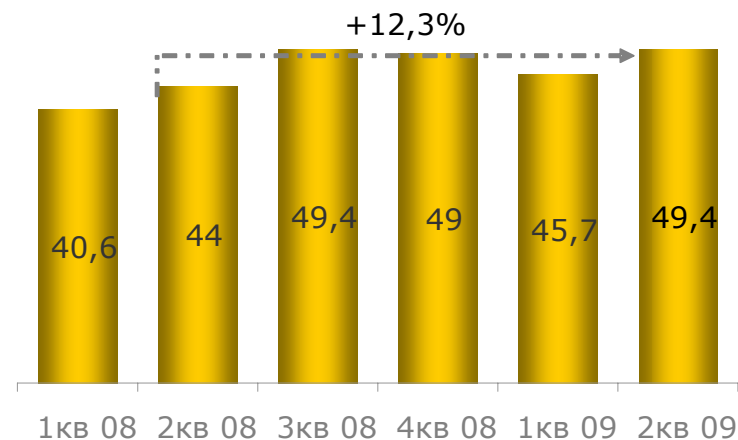
\* Общая выручка с учетом элиминаций между фиксированным и мобильным сегментом в России

# Россия: сотовый бизнес

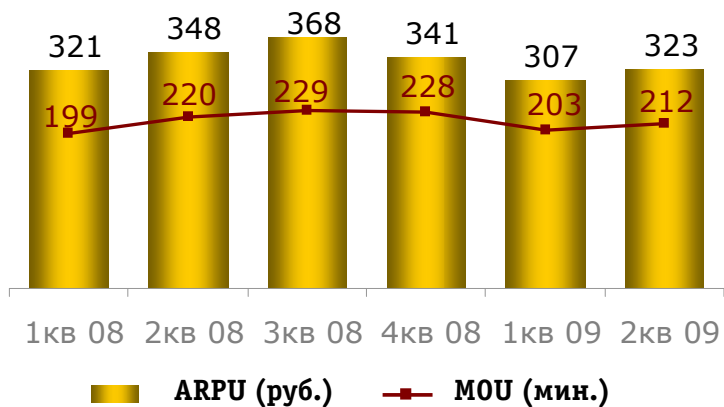
Активная абонентская база, млн. человек



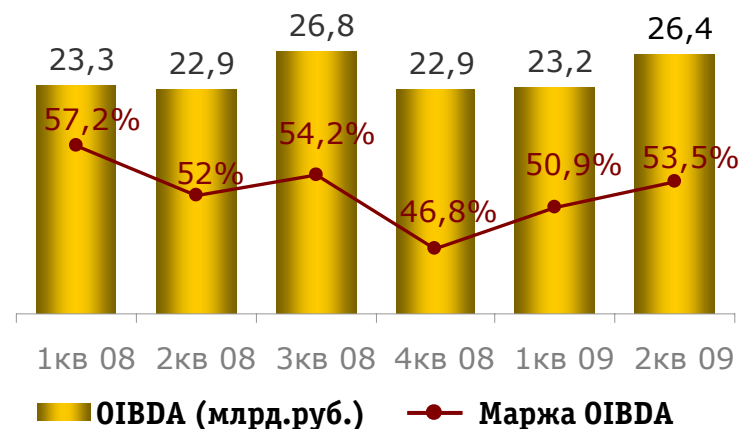
Выручка, млрд. руб.



ARPU и MOU





OIBDA (млрд. руб.)/Маржа OIBDA

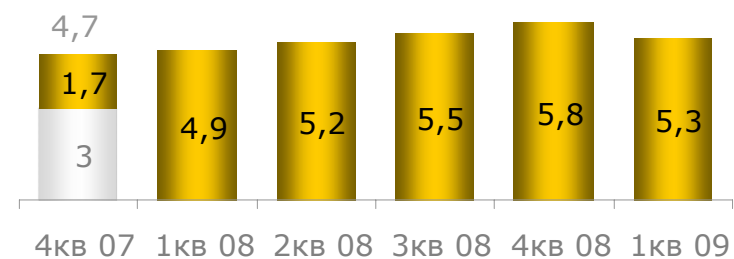


# Россия: выручка в фиксированном бизнесе

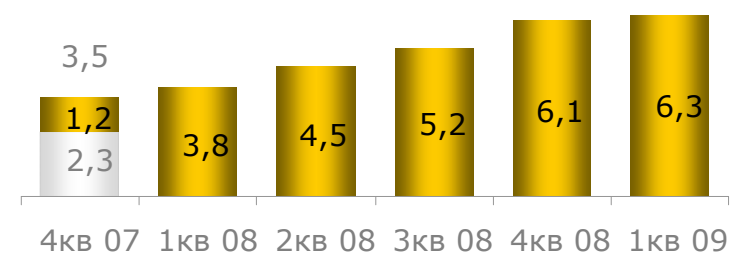


 **Выручка GT**  
 **Выручка ВК**

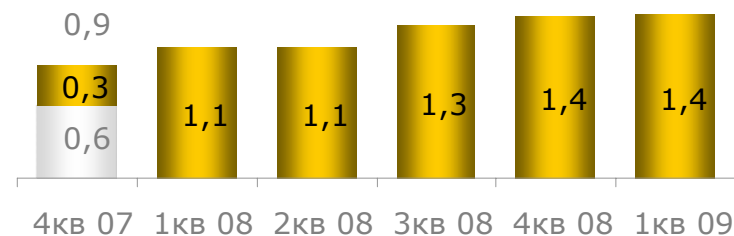
## Бизнес-сегмент, млрд.руб.



## Оптовые продажи, млрд.руб.

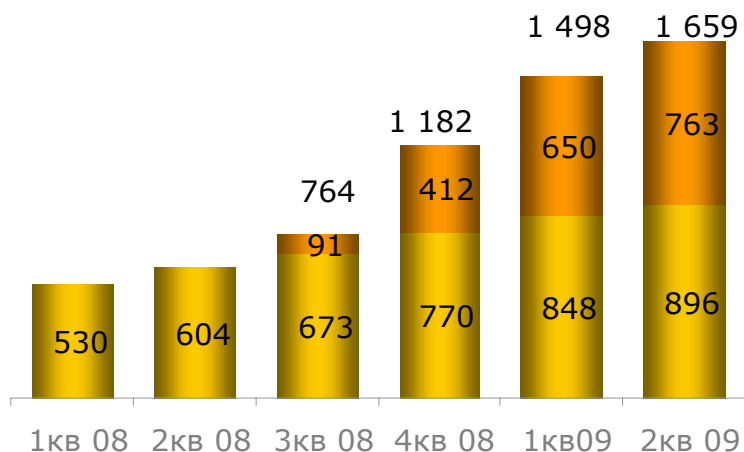


## Потребительский сегмент, млрд.руб.

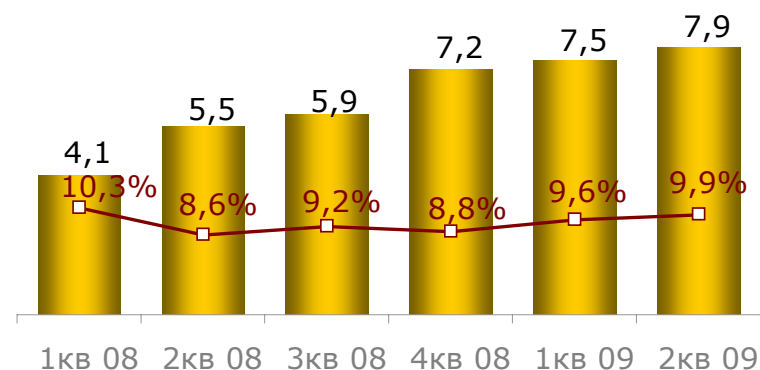


# Россия: широкополосный доступ в Интернет\*

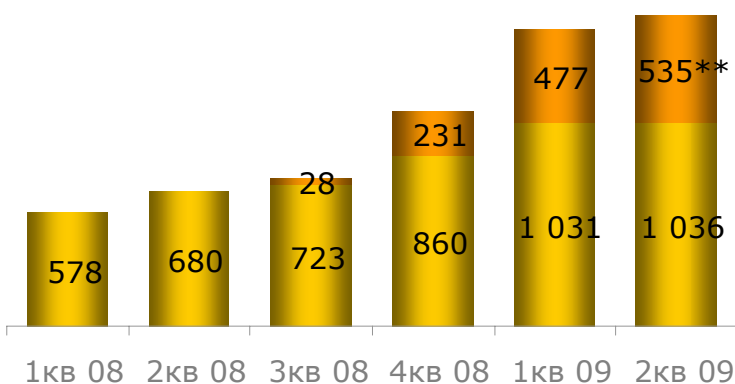
Абоненты ШПД, тыс. человек



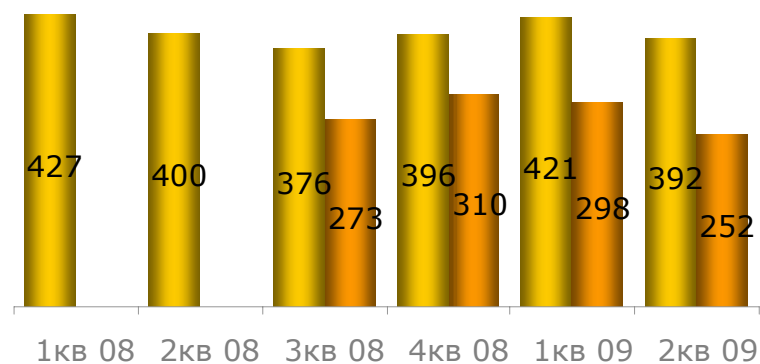
ФТТВ пройденные домохозяйства, млн./Уровень подключений



Выручка ШПД, млн.руб.



ШПД ARPU, руб.



Фиксированный ШПД

«Билайн» Интернет дома (USB-модемы)

\*Показатели бизнеса ШПД «Голден Телекома» консолидируются начиная с марта 2008 года

\*\*Эта выручка не включается в потребительский сегмент фиксированного бизнеса

# Сбалансированный подход к дистрибуции



# Маркетинговые инициативы на российском рынке

## B2C

- Услуга «Звонок за счет собеседника»
- Услуга «Страна на заказ»
- Интерконнект услуги «Чат»
- Запуск сайта локальных ресурсов local.beeline.ru для пользователей «Домашнего Интернета»
- Акция «SMS-весна»
- Бренд «Билайн» вошел в сотню самых дорогих брендов мира\*
- Выбор стратегического партнера – агентство Lowe Adventa

## B2B

- Смартфоны BlackBerry Bold 9000 и BlackBerry Curve 8900 в России
- Запуск услуги «Офис за 5 минут» для корпоративных клиентов в 24 городах России
- Акция «Полгода в Вашу пользу»

---

\* Рейтинг «BransZ™ Топ-100 самых дорогих мировых брендов», опубликованный «Financial Times» и исследовательской компанией Millward Brown Optimor

**СНГ**



# Основные показатели бизнеса в СНГ



Количество абонентов в сотовом сегменте достигло 13,6 млн. человек (на 21,4% больше, чем во 2 квартале 2008 года)

Абонентская база в сегменте ШПД выросла в 4 раза по сравнению со 2 кварталом 2008 года и достигла 53 тыс. человек

Рост выручки от операций в СНГ – 16,3% по сравнению со вторым кварталом 2008 года

OIBDA – 4,9 млрд. руб., маржа OIBDA – 46% (рост 3,6 процентных пункта по сравнению со вторым кварталом 2008 года)

Чистая прибыль по сравнению со 2 кварталом 2008 года выросла на 59,3% и составила 841 млн.руб.

# Казахстан

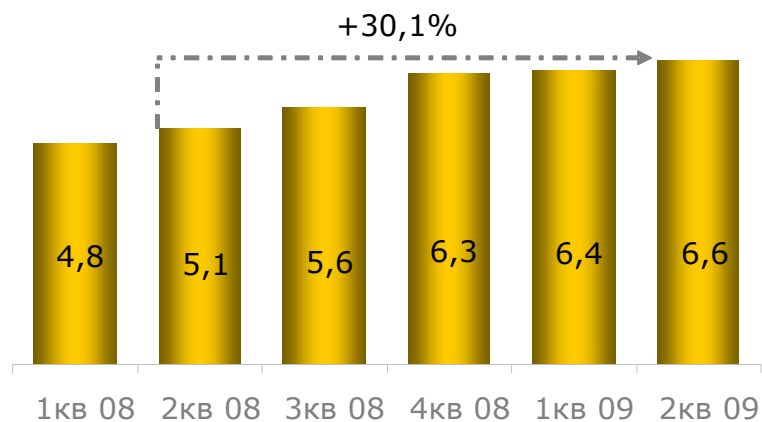
Рост активной абонентской базы в мобильном сегменте до 6,6 млн человек

Рост MOU на 12% по сравнению с 1 кварталом 2009 года, рост ARPU в локальной валюте на 8% по сравнению с 1 кварталом 2009 года

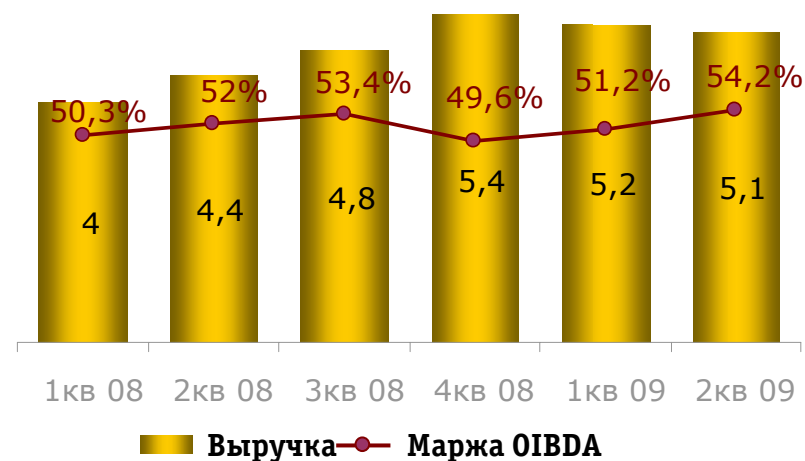
Маржа OIBDA - 54,2%

Запуск бренда «Билайн» Бизнес

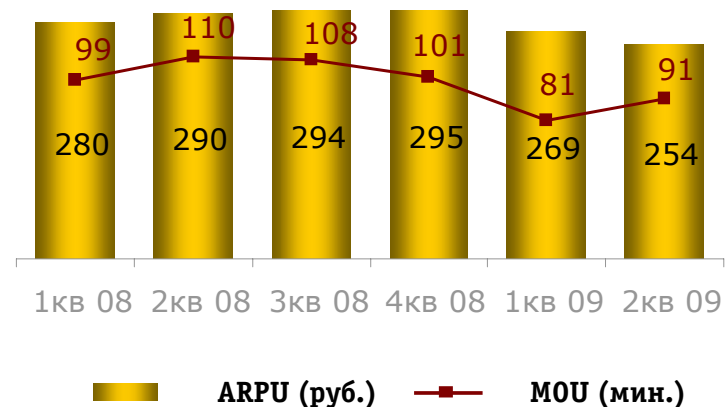
## Активная абонентская база в сотовом сегменте, млн. человек



## Выручка, млрд.руб. / Маржа OIBDA



## ARPU и MOU в сотовом сегменте



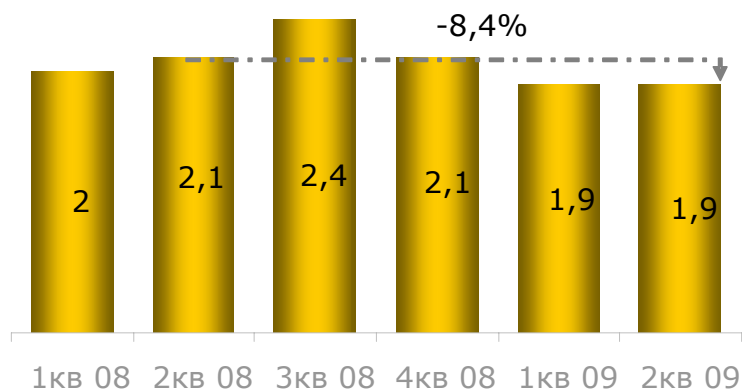
# Украина

Рост OIBDA на 50% по сравнению с 1 кварталом 2009 года, маржа OIBDA достигла 19,6%

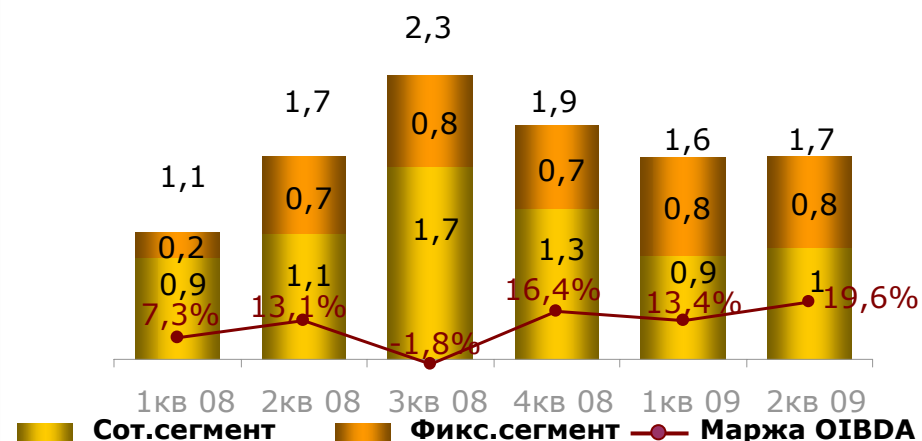
Рост ARPU на 15% в местной валюте (по сравнению с 1 кварталом 2009 года)

Рост числа абонентов ШПД до 50 тыс. человек

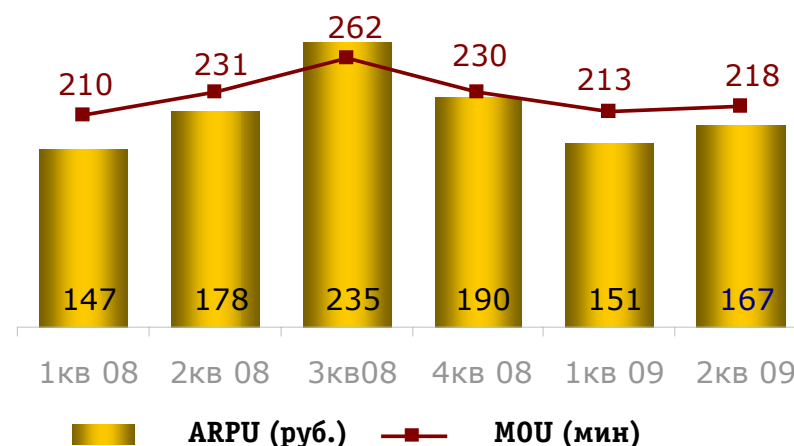
**Активная абонентская база в сотовом сегменте, млн. человек**



**Выручка\*, млрд.руб. / Маржа OIBDA**



**ARPU и MOU в сотовом сегменте**



\* Общая выручка с учетом элиминаций между фиксированным и мобильным сегментом в Украине

# Армения

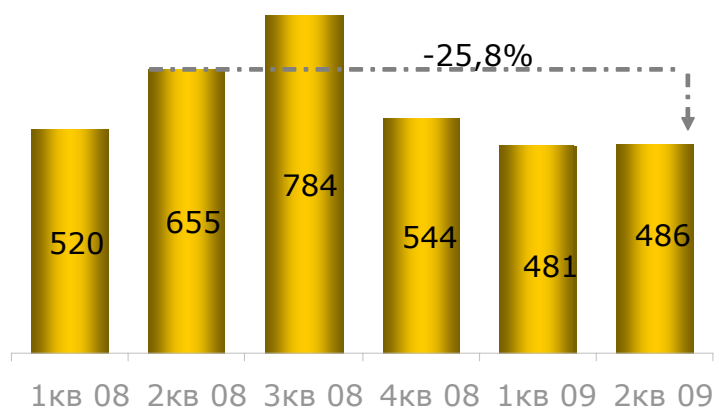
Рост выручки в локальной валюте на 7% по сравнению с 1 кварталом 2009 года

Маржа OIBDA более 50%

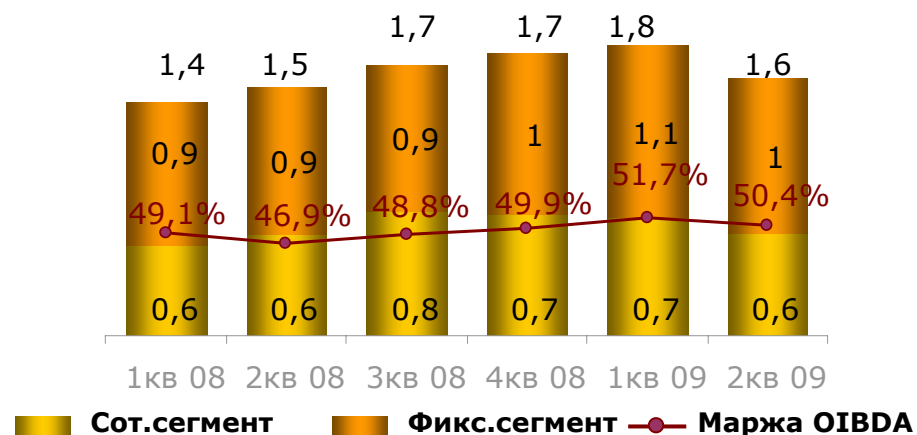
Показатель MOU вырос на 36,5% по сравнению с 1 кварталом 2009 года и достиг 238,4 минуты, ARPU в локальной валюте вырос на 10% за тот же период.

Полумиллионный видеозвонок в сети 3G

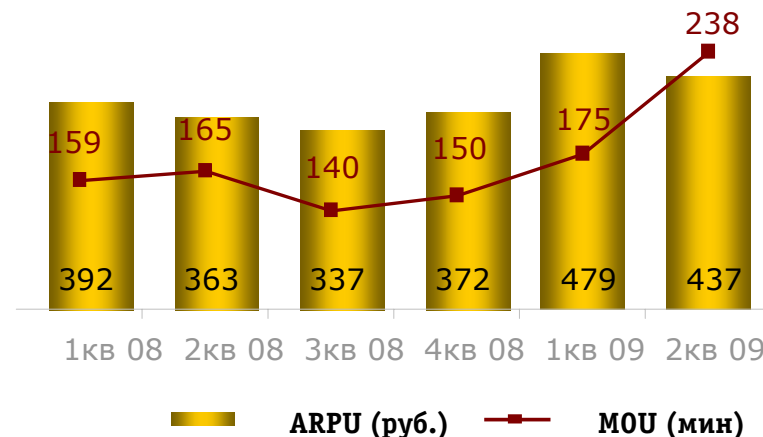
**Активная абонентская база в сотовом сегменте, тыс.**



**Выручка, млрд.руб. / Маржа OIBDA**



**ARPU и MOU в сотовом сегменте**



\* Общая выручка с учетом элиминаций между фиксированным и мобильным сегментом в Армении

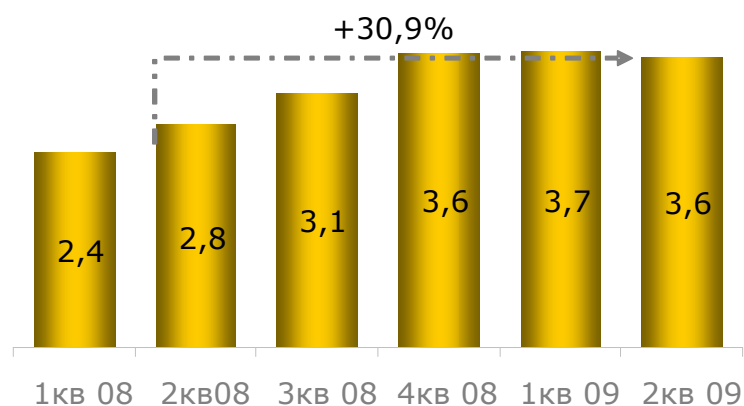
# Узбекистан

Рост активной абонентской базы в сотовом сегменте на 31% по сравнению со вторым кварталом 2008 года

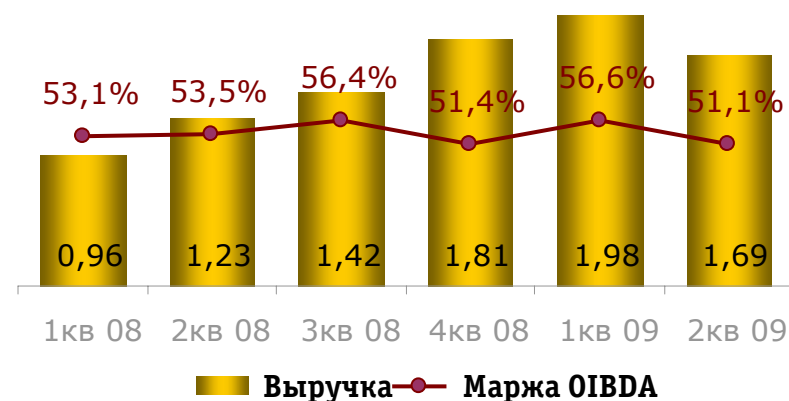
Маржа OIBDA более 50%

Начало предоставления всех видов услуг под единым брендом «Билайн»

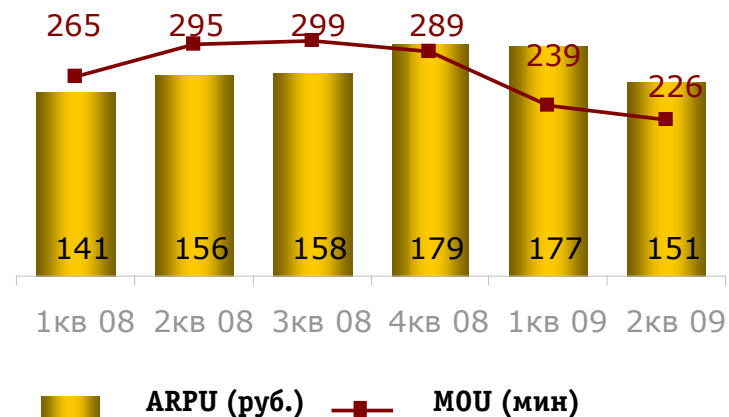
## Активная абонентская база в сотовом сегменте, млн. человек



## Выручка, млрд.руб. / Маржа OIBDA



## ARPU и MOU в сотовом сегменте



# Другие страны СНГ

## Таджикистан

Рост выручки на 73,3% по сравнению со 2 кварталом 2008 года – до 461 млн. руб.

Маржа OIBDA достигла 37,5%

Продление лицензии GSM 900/1800

Запуск сетей 3G в Хатлонской и Согдийской областях

## Грузия

Стабильный рост выручки: до 229 млн. руб. во 2 квартале 2009 года (на 11,7% больше по сравнению с 1 кварталом 2009 года и на 148,9% больше, чем во 2 квартале 2008 года)

Выход OIBDA из отрицательной зоны

Количество абонентов в сотовом сегменте увеличилось на 71% по сравнению с 2 кварталом 2008 года



# Международный рынок



# Юго-Восточная Азия

## Вьетнам



- К коммерческому запуску установлено 845 базовых станций
- Зона покрытия охватывает 16% населения страны
- Традиционные и новые каналы продаж – брендированные стойки
- 7000 точек продаж SIM-карт и скретч-карт

## Камбоджа



- К коммерческому запуску установлено 160 базовых станций
- Зона покрытия охватывает 42% населения страны
- Сеть дистрибуции: присутствие на 95% зоны покрытия
- Традиционные каналы продаж и брендированные стойки в Пном Пене – инновационный канал продаж

# Итоги

- Телекоммуникационный бизнес доказал свою устойчивость
- Фокус на операционную эффективность и генерирование денежного потока
- Твердая финансовая позиция
- Стратегическое позиционирование для будущего роста

**Спасибо за внимание. Ваши вопросы...**

